REGLAMENTO POR EL QUE SE REGULAN LOS ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y LA PRODUCCIÓN DE DOCUMENTOS Y MATERIAL IMPRESO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La importancia de la comunicación y la trascendencia de la imagen en las organizaciones actuales, muy especialmente en las Administraciones Públicas y concretamente en la Universidad de Málaga, unida a la necesidad de esta institución pública de reafirmar su autonomía y su carácter diferencial, hacen conveniente la aprobación de la siguiente normativa destinada a regular los elementos básicos de identidad corporativa, en el marco de un programa de imagen institucional que pretende mejorar la proyección exterior de esta institución académica, estableciendo los símbolos que expresan su identidad, definiendo su uso y concretando un conjunto de medidas que garantice la necesaria homogeneidad en sus manifestaciones externas.

Las Universidades tienen capacidad para establecer los símbolos que expresan su identidad y que sirven de elementos de cohesión, convirtiéndose en atributos de modernidad y dinamismo para proyectar la imagen de la institución, haciéndola más reconocible por los ciudadanos y el resto de las instituciones.

Las Universidades públicas están integradas por Facultades, Escuelas Técnicas o Politécnicas Superiores, Escuelas Universitarias o Escuelas Universitarias Politécnicas, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y por aquellos otros centros o estructuras que organicen enseñanzas en modalidad no presencial. Además las Universidades pueden crear otras estructuras que actúen como soporte de la investigación y de la docencia.

Esta variada estructura de las Universidades propicia la existencia de símbolos y logotipos diversos que producen confusión y falta de identificación, ofreciendo múltiples imágenes de la institución académica y no una visión homogénea en su proyección exterior y en su relación con los ciudadanos.

Son necesarias, pues, unas normas que establezcan los elementos básicos de identidad corporativa de la Universidad de Málaga para propiciar un mayor

acercamiento al ciudadano, una proyección externa homogénea y un cambio en la cultura de la organización que dé más importancia a la comunicación y a la imagen institucional.

No obstante, con objeto de garantizar el pluralismo y la participación, atendiendo a la estructura de la Universidad, en el presente Reglamento se contempla la posibilidad de que Facultades, Escuelas, Institutos y Departamentos puedan crear sus propios símbolos de identidad, de acuerdo con un procedimiento reglado, que deberán ser utilizados por los citados órganos junto a los símbolos corporativos establecidos en este Reglamento.

Como instrumento oficial y público de constancia de la existencia de los símbolos de identidad corporativa, se crea el Registro de símbolos de imagen y logotipos de órganos de la Universidad de Málaga, que dependerá de la Secretaría General de esta institución académica.

El artículo 5.1 de los Estatutos establece que el escudo de la Universidad de Málaga ostenta una paloma blanca, reproducción de la imagen que aparece en la litografía del malagueño Pablo Ruiz Picasso, titulada “La Paloma”, orlada en letras capitales con la leyenda latina “Universitas Malacitana”, y todo ello abrazado por dos ramas de laurel en forma de corona atada con cintas en su base y abierta en la parte superior.

El apartado 4 del citado artículo añade que el Consejo de Gobierno de la Universidad determinará, mediante el correspondiente reglamento, el régimen jurídico del escudo.

El escudo es el único elemento de identidad visual de la Universidad de Málaga que se regula expresamente en sus Estatutos, pero en una institución moderna, preocupada por su imagen, interesada en reafirmar su identidad y en mostrar una visión cohesionada ante la sociedad existen otros elementos de identidad corporativa que pueden propiciar un mayor acercamiento a la sociedad y una imagen más moderna de esta institución pública.

En este sentido tanto el escudo, como el logotipo y la marca de la Universidad de Málaga conforman los símbolos o elementos básicos de identidad corporativa. Con la finalidad de establecer unas normas de utilización del escudo de la Universidad de Málaga, del logotipo y de la nueva marca de “UMA”, se

contempla en este reglamento la existencia de un manual de normas de identidad visual corporativa que tendrá carácter obligatorio de acuerdo con los formatos, diseños y supuestos de uso previstos en el mismo.

Por otra parte, el establecimiento de una imagen corporativa homogénea lleva consigo la necesidad de arbitrar un procedimiento para la producción de documentos y material impreso que garantice la validez de los modelos utilizados y mejore la transparencia y la claridad en la relación con los usuarios.

La producción documental que llevan a cabo los diversos órganos administrativos en los que se estructura la Universidad de Málaga exige un esfuerzo de normalización y racionalización que facilite a los usuarios la identificación de esos documentos con formato, diseño y contenidos homogéneos, estableciendo una estructura común para su utilización por los órganos colegiados y unipersonales de esta institución académica.

Finalmente y tratando de garantizar una administración eficiente de los recursos públicos, el Reglamento contempla la utilización del material impreso existente en la actualidad hasta su agotamiento.

En su virtud, a propuesta de la Dirección General de Comunicación, Protocolo y Gabinete de la Rectora, previa deliberación del Consejo de Dirección, el Consejo de Gobierno en su reunión ordinaria del día 22 de Julio de 2004, aprueba el siguiente Reglamento:

CAPITULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objetivo y ámbito de aplicación

Los órganos de gobierno y representación, los órganos de coordinación y ejecución de la política universitaria y el resto de los órganos de la Universidad de Málaga se ajustarán a lo previsto en estas normas en lo concerniente a:

a) Elaboración y emisión de documentos, modelos normalizados y material impreso.

b) Las informaciones, publicaciones, comunicaciones o cualquier tipo de expresión en cualesquiera soportes, incluidos los telemáticos o audiovisuales, así

como los carteles o señalizaciones que elaboren o utilicen, en lo que se refiere a una imagen institucional, formatos y estructura general.

c) Uso y protección de los símbolos representativos de la Universidad de Málaga.

Artículo 2. Imagen Institucional.

a. La imagen institucional se fundamenta en la utilización, en todas las expresiones y comunicaciones, del Escudo de la Universidad de Málaga, con las características establecidas en el artículo 5.1 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, aprobados en virtud del Decreto 145/2003, de 3 de Junio, publicado en el BOJA del 9 de Junio.

b. La utilización del Escudo de la Universidad de Málaga junto a la denominación del correspondiente órgano administrativo, será obligatoria de acuerdo con los formatos, diseños y supuestos de uso previstos en el presente Reglamento y en el Manual de normas de identidad visual corporativa.

Artículo 3. Elementos básicos de identidad corporativa.

A los efectos de este reglamento se entiende por elementos básicos de identidad corporativa de la Universidad de Málaga los símbolos gráficos siguientes:

a) El escudo oficial, definido en el artículo 5.1 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, aprobados en virtud del Decreto 145/2003, de 3 de Junio, publicado en el BOJA de 9 de Junio, por el que se aprueban los Estatutos de la Universidad de Málaga.

b) El logotipo que se construye en dos líneas: “UNIVERSIDAD” en caja alta y “DE MÁLAGA” en caja baja. Siempre en mayúsculas y justificada a la izquierda.

c) La Marca Universidad de Málaga que añade al escudo oficial el Logotipo “UNIVERSIDAD DE MÁLAGA” a la derecha del mismo y centrada respecto al escudo.

d) La “Marca UMA” que recoge la tradición viva, espontánea y funcional de nombrar y reconocer esta Universidad por sus siglas.

Artículo 4. Símbolos de los Centros, Departamentos e Institutos Universitarios de Investigación

1. Los Centros, los Departamentos y los Institutos Universitarios de Investigación pueden dotarse de los símbolos representativos que estimen oportunos, siempre que dichos símbolos y el procedimiento de creación y modificación de los mismos se ajusten a las prescripciones del presente Reglamento.

2. Una vez aprobados y registrados, los símbolos podrán ser utilizados por los órganos correspondientes, junto a los símbolos establecidos en el artículo 3 de este Reglamento.

CAPITULO II: USO Y PROTECCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Artículo 5. Régimen de uso de los elementos básicos de identidad.

1. El uso de los elementos básicos de identidad de la Universidad de Málaga es privativo de la misma. Queda prohibida toda utilización de los símbolos incluidos en el Manual de normas de identidad visual corporativa, sin previo consentimiento expreso de la máxima autoridad académica y administrativa de esta institución.

2. El escudo y la marca “UNIVERSIDAD DE MÁLAGA” deberán figurar en todos los documentos administrativos y comunicaciones de tipo general, expedidos por los órganos de gobierno y de representación, así como por los órganos de coordinación y ejecución de política universitaria y por los órganos dependientes de ellos.

3. La marca “UMA” estará presente en todas las actividades de información y difusión publicitaria, publicaciones, señalización de edificios, así como en los usos relacionados con la recaudación de fondos para cubrir distintos gastos de la actividad universitaria.

Artículo 6. Protección de los símbolos

1. Los elementos básicos de identidad corporativa, debidamente inscritos y publicados, tendrán la protección que establecen las leyes.

2. La inscripción de los símbolos en el Registro de símbolos de imagen y logotipos de órganos de la Universidad de Málaga les otorgará presunción de validez a los efectos del presente Reglamento. Los símbolos debidamente inscritos en dicho registro prevalecerán sobre cualesquiera otros no inscritos en el mismo.

CAPITULO III: PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN O MODIFICACIÓN DE SÍMBOLOS

Artículo 7. Iniciación

1. El procedimiento para la creación o modificación de símbolos podrá iniciarse a propuesta de el/la Rector/a, el Decano/a o Director / a del Centro, el/la directora/a del Departamento o el/la directora/a del Instituto Universitario de Investigación, debiendo expresar con toda claridad la definición del símbolo gráfico que se pretenda adoptar, mediante escrito dirigido a la Secretaría General de la Universidad de Málaga, que lo remitirá al Consejo de Gobierno de la misma.

2. La propuesta vendrá acompañada del acuerdo de creación o modificación aprobado por la Junta de Centro o el Consejo de Departamento en el supuesto de que la propuesta de creación o modificación de los símbolos de identidad provenga de los Centros o Departamentos.

Artículo 8. Aprobación

La resolución del procedimiento y la aprobación de la propuesta de creación o modificación del nuevo símbolo corresponden al Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga.

Artículo 9. Inscripción y publicación de los símbolos.

1. El acuerdo de creación o modificación de símbolos de imagen o logotipos propios será comunicado a la Oficina Española de Patentes y Marcas para facilitar el cumplimiento de la prohibición legal de registrar signos que los reproduzcan o imiten. Asimismo, serán inscritos en el Registro de símbolos de Imagen y Logotipos de Órganos de la Universidad de Málaga.

2. La eficacia del citado acuerdo quedará, por tanto, supeditada a la validez de la inscripción del nuevo símbolo o su modificación en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

CAPITULO IV: PUBLICACIONES, PUBLICIDAD INSTITUCIONAL Y SEÑALIZACIÓN

Artículo 10. Publicaciones y publicidad institucional.

a. En las publicaciones y en los folletos de información o divulgación en cualquier soporte, así como en los anuncios institucionales en prensa de la Universidad de Málaga, deberán figurar elementos básicos de identidad corporativa.

b. En las expresiones, informaciones y comunicaciones que se elaboren en soportes audiovisuales o telemáticos necesariamente deberán aparecer elementos básicos de identidad corporativa.

Artículo 11. Carteles, rótulos y señalizaciones

Las señalizaciones exteriores de identificación de las dependencias administrativas, así como los carteles de carácter informativo o publicitario destinados a su ubicación en vías públicas urbanas o interurbanas, se ajustarán a lo que se disponga al respecto en el Manual de normas de imagen visual corporativa.

CAPITULO V: PRODUCCIÓN DE DOCUMENTOS

Artículo 12. Categorías de material impreso.

a. El material impreso normalizado para su utilización en comunicaciones de tipo general se clasificará en oficios, instrucciones de servicio, notas internas y cartas, en función respectivamente, del carácter externo, interno y personal o protocolario de la comunicación.

b. Los documentos normalizados de solicitud en soporte papel y telemático que, de acuerdo con lo previsto en el artículo 70.4 de la Ley 30/1992, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se pongan a disposición de los

ciudadanos se elaborarán de acuerdo con los criterios contenidos en los artículos siguientes de este Reglamento.

Artículo 13. Modelos normalizados

1) En la primera hoja de todo modelo normalizado de solicitud figurará, convenientemente destacado en su encabezamiento, el escudo oficial de la Universidad de Málaga, un título que exprese claramente el objeto de la solicitud. También deberán figurar espacios reservados para la constancia de las fechas de entrada de la solicitud en cualquiera de los lugares en que ésta fuera presentada y en el registro del órgano competente.
2) El cuerpo del modelo se estructurará en las siguientes partes:
    a) Datos del solicitante.
    b) Datos relativos a la solicitud en la que se concrete la petición, hechos y razones en que se fundamenta la misma.
    c) Figurará impresa la relación de los documentos preceptivos, en su caso, que se deban acompañar al modelo, de acuerdo con la normativa correspondiente.
    d) Datos relativos a la notificación.
3) En el caso de que los datos de carácter personal consignados en el modelo normalizado vayan a ser objeto de tratamiento automatizado, figurarán convenientemente destacadas las advertencias a que se refiere la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, así como la norma de creación del fichero al que tales datos vayan a ser incorporados.
4) Todo modelo normalizado de solicitud correspondiente a procedimientos en los que se requiera la aportación de cualquier tipo de certificaciones emitidas por los órganos de la Universidad de Málaga, la Administración del Estado, de la Comunidad Autónoma o de otras Universidades, deberá establecer un apartado para que el interesado deje constancia, en su caso, de su consentimiento expreso para que los datos objeto de certificación puedan ser transmitidos o certificados por medios telemáticos directamente al órgano requirente.

Artículo 14. Formalización de documentos

1. Todo documento que contenga actos administrativos, incluidos los de mero trámite, debe estar formalizado. Se entiende por formalización la acreditación de la autenticidad de la voluntad del órgano emisor, manifestada mediante firma manuscrita o por símbolos o códigos que garanticen dicha autenticidad mediante la utilización de técnicas o medios electrónicos, informáticos o telemáticos.

2. En los restantes documentos, especialmente en aquellos de contenido informativo, no se exigirá formalización, siendo suficiente con la constancia del órgano autor del correspondiente documento.

Artículo 15. Confección de documentos administrativos.

1) En todos los documentos que contengan actos administrativos, incluidos los de mero trámite, debe figurar un encabezamiento en el que consten al menos los siguientes datos:

    a) El título del documento, que expresará con claridad y precisión el tipo de documento, su contenido esencial y, en su caso, el procedimiento en el que se inserta.

    b) El número o clave asignado para la identificación del expediente en el que se integra el documento, con el objeto de facilitar al ciudadano su mención en las comunicaciones que dirija a la Administración Universitaria.

2) En los documentos que, de acuerdo con el apartado 1 del artículo anterior, hayan de estar formalizados debe constar:

    a) La denominación completa del cargo o puesto de trabajo del titular del órgano administrativo competente para la emisión del documento, así como el nombre y apellidos de la persona que formaliza el documento.

    b) En los casos en que, en aplicación de los artículos 13 y 16 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, lo haga por delegación de competencias o delegación de firma se hará constar tal circunstancia, expresando la disposición de delegación y la denominación del cargo o puesto de trabajo de quien formaliza.

c) El lugar y la fecha en que se formalice el documento.

d) La identificación del destinatario del documento, expresándose nombre y apellidos, si se trata de una persona física, la denominación social en los casos de personas jurídicas o la denominación completa del órgano o entidad a la que se dirige.

e) En todos estos documentos figurará el escudo oficial de la Universidad de Málaga, en los términos establecidos en el Manual de normas de identidad visual corporativa.

Disposición Adicional Primera.

El presente Reglamento se desarrollará a través del Manual de normas de identidad visual corporativa, que aprobará el Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga, a propuesta de la Dirección General de Comunicación, Protocolo y Gabinete de la Rectora.

Este manual es el instrumento básico para el desarrollo de un completo programa de imagen institucional que tiene como objetivo la simplificación, normalización y racionalización de las expresiones básicas de identidad de la Universidad de Málaga.

Disposición Adicional Segunda.

Se crea el Registro de Símbolos de Imagen y Logotipos de Órganos de la Universidad de Málaga, dependiente de la Secretaría General, que se encargará de tramitar las propuestas de creación o modificación de símbolos, comprobar la existencia de símbolos idénticos o similares, o que pudieran inducir a error, así como de la tramitación de los elementos de identidad corporativa en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Disposición Adicional Tercera.

Con carácter excepcional, y siempre que se acrediten razones debidamente justificadas, el Consejo de Gobierno podrá autorizar la creación y modificación de símbolos de imagen o logotipos, a propuesta de otros órganos, no incluidos en el capítulo III de este Reglamento y de acuerdo con el procedimiento establecido en el mismo.

Disposición Adicional Cuarta.

En los instrumentos contractuales o convencionales formalizados con otras Administraciones, entidades, instituciones, personas físicas o jurídicas, tanto públicas como privadas se incluirá el escudo oficial de la Universidad de Málaga.

Disposición Adicional Quinta.

Todos los símbolos y logotipos diferentes a los elementos básicos de identidad corporativa a los que alude el artículo 3, que estén utilizando los órganos a que hace referencia el artículo 1 de este Reglamento, deberán ser aprobados por el Consejo de Gobierno, de acuerdo con el procedimiento establecido. Procediendo a su posterior inscripción en la Oficina Española de Marcas y Patentes y en el Registro de símbolos de imagen y logotipos de órganos de la Universidad de Málaga.

Disposición Adicional Sexta.

Cualquier entidad, asociación o persona física que pretenda hacer uso de los símbolos de identidad corporativa de la Universidad de Málaga, deberá recabar, en cualquier caso, el consentimiento a que hace referencia el artículo 5.1 del presente Reglamento.

Disposición Transitoria.

Seguirán utilizándose hasta que se agoten o, en todo caso, hasta transcurrido un año desde la entrada en vigor de este Reglamento, las existencias de material impreso anteriores a la aprobación del Manual de normas de identidad visual corporativa de la Universidad de Málaga.

Disposición Derogatoria.

Quedan derogadas todas las normas de igual o inferior rango en lo que contradigan o se opongan a lo dispuesto en el presente Reglamento.

Disposición Final. Entrada en vigor.

El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.